


ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ

Medias of Business Communication



যোগাযোগ করার জন্য নানা ধরনের মাধ্যম ব্যবহার করা হয়। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যোগাযোগ করার জন্য কখনো চিঠি পত্র, প্রতিবেদন ইত্যাদি লিখিতভাবে আবার বক্তব্য উপস্থাপন, সরাসরি কথোপকথনের মাধ্যমে মৌখিক যোগাযোগ করা হয়। এই সব যোগাযোগের সাথে সাথে মুখাবয়বের প্রকাশ, অঙ্গভঙ্গি ইত্যাদির মাধ্যমে আচরণিক যোগাযোগও করা হয়। তৃতীয় ইউনিটে মোট ছয়টি পাঠ রয়েছে। প্রথম পাঠে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যোগাযোগ করার নানা ধরনের মাধ্যম সম্পর্কে ধারণা দেওয়া হয়েছে। দ্বিতীয় ও তৃতীয় পাঠে লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগ সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে। চতুর্থ পাঠে অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ ব্যাখ্যা করা হয়েছে। পরবর্তীতে পঞ্চম ও ষষ্ঠ পাঠে ভিজুয়াল যোগাযোগ ও এই যোগাযোগের জন্য প্রয়োজনীয় উপস্থাপনের পদ্ধতি আলোচনা করা হয়েছে।

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
এ ইউনিটের পাঠসমূহ		
পাঠ - ১: ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যম: ধারণা ও প্রকারভেদ পাঠ - ২: লিখিত যোগাযোগ পাঠ - ৩: মৌখিক যোগাযোগ পাঠ - ৪: অবাচনিক যোগাযোগ: ধারণা ও মাধ্যমসমূহ পাঠ - ৫: অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের ধারণা পাঠ - ৬: অডিও- ভিজুয়াল উপস্থাপনার পদ্ধতিসমূহ		

পাঠ-৩.১

ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যম: ধারণা ও প্রকারভেদ

Media of Business Communication: Concept and Classification



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যম সম্পর্কে ধারণা পাবেন; এবং
- ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যমের প্রকারভেদ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

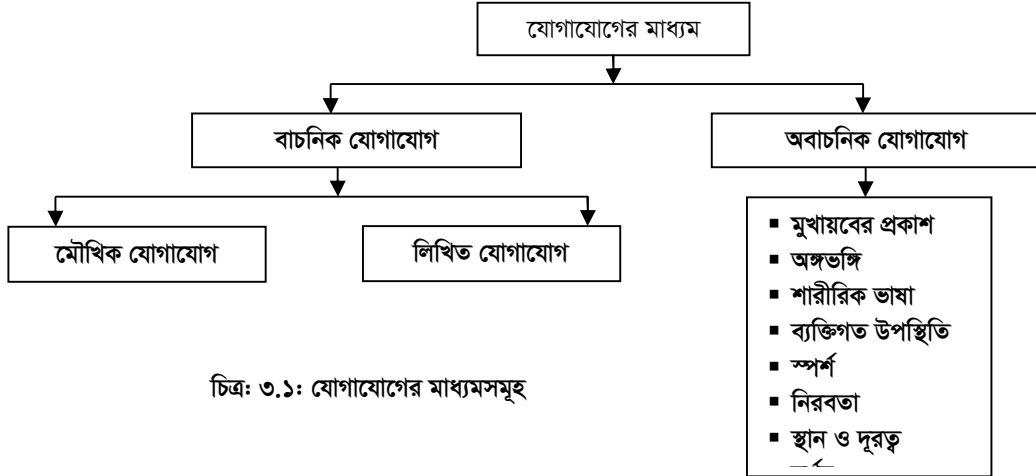
ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ

Medias of Business Communication

যে উপায়ে যোগাযোগ বার্তা প্রেরকের নিকট হতে প্রাপকের নিকট প্রেরণ করা হয় তাকে যোগাযোগ মাধ্যম বলে। ব্যবসায় যোগাযোগের ক্ষেত্রে ভাষা গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। যেকোনো যোগাযোগ করার জন্যই ভাষার প্রয়োজন হয়। ভাষার মাধ্যমে মানুষ তার চিন্তা-চেতনা ও অনুভূতি, নানাধরনের চিহ্ন ও আকার ইঙ্গিত দিয়ে বুঝিয়ে থাকে। ভাষার ক্ষেত্রে ব্যক্তির বয়স, শিক্ষা, সংস্কৃতি ইত্যাদি নির্ধারণ করে সে কোন ভাষা ব্যবহার করবে। মূলত যোগাযোগ মাধ্যম বলতে যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় শাব্দিক/ বাচনিক অথবা শব্দ-বহির্ভূত/ অবাচনিক ভাষার ব্যবহারকেই বোঝানো হয়। এই মাধ্যম বলতে লিখিত ও মৌখিক এবং ইশারা, আকার-ইঙ্গিত ইত্যাদিকে বুঝানো হয়। কোন ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান অর্থাৎ প্রাপকের উপর নির্ভর করে যোগাযোগের মাধ্যম নির্ধারণ করা হয়।

ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যমের প্রকারভেদ

Classification of Medias of Business Communication



চিত্র: ৩.১: যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ

প্রেরকের নিকট থেকে প্রাপক বিভিন্ন উপায়ে বার্তা বা সংবাদ আদান-প্রদান করতে পারে। এ উপায়গুলোকে যোগাযোগের মাধ্যম বলা হয়। নিম্নে বিভিন্ন ধরনের ব্যবসায় যোগাযোগের মাধ্যমগুলো দেখানো হলো:

ক. বাচনিক যোগাযোগ (Verbal Communication)

যখন মৌখিক বা লিখিত শব্দ বা ভাষা ব্যবহার করে বার্তা বা তথ্য যোগাযোগভুক্ত পক্ষসমূহের মধ্যে বিনিময় করা হয় তখন তাকে বাচনিক যোগাযোগ বলে। একে দুই ভাগে ভাগ করা যায়। যথা-

১. **লিখিত যোগাযোগ (Written Communication):** লিখিত আকারে যখন মনের ভাব প্রকাশ ও বিনিময় করা হয় তখন তাকে লিখিত যোগাযোগ বলে। লিখিত যোগাযোগের সংবাদ পাঠ না করে এর অর্থ উপলব্ধি করা যায় না। এক্ষেত্রে ভাষা বা শব্দ অর্থপূর্ণভাবে লিখে উপস্থাপন ও প্রকাশ করা হয়। লিখিত যোগাযোগের উদাহরণ হতে পারে চিঠি, পত্রিকা, প্রতিবেদন, পুস্তক ইত্যাদি।
২. **মৌখিক যোগাযোগ (Oral Communication):** শব্দের মৌখিক প্রকাশের মাধ্যমে তথ্য বিনিময় করা হলে তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলা হয়। সরাসরি কথোপকথন, সভা, সাক্ষাৎকার, টেলিফোনে কথা ইত্যাদি এর মাধ্যমে সংগঠিত হয়।

খ. অবাচনিক যোগাযোগ (Media/Types of Non-verbal Communication)

কোনো বাচনিক পদ্ধতি ব্যবহার না করে যে যোগাযোগ প্রক্রিয়া সম্পন্ন হয় তাকে অবাচনিক যোগাযোগ বলে। অবাচনিক যোগাযোগে বিভিন্ন মাধ্যমে সম্পন্ন হতে পারে। অবাচনিক যোগাযোগের সর্বাধিক প্রচলিত পদ্ধতি বা মাধ্যমসমূহ হলো মুখায়বের প্রকাশ, অঙ্গভঙ্গি, শারীরিক ভাষা, দর্শন, স্থান ও দূরত্ব নিরবতা, স্পর্শ, ব্যক্তিগত উপস্থিতি ইত্যাদি।



সারসংক্ষেপ:

যে উপায়ে যোগাযোগ বার্তা প্রেরকের নিকট হতে প্রাপকের নিকট প্রেরিত হয় তাকে যোগাযোগ মাধ্যম বলে। এই মাধ্যম বলতে লিখিত ও মৌখিক এবং ইশারা, আকার-ইঙ্গিত ইত্যাদিকে বুঝানো হয়। যখন মৌখিক বা লিখিতভাবে সংবাদ বা তথ্য যোগাযোগভূক্ত পক্ষসমূহের মধ্যে বিনিময় করা হয় তখন তাকে বাচনিক যোগাযোগ বলে। লিখিত আকারে যখন মনের ভাব প্রকাশ ও বিনিময় করা হয় তখন তাকে লিখিত যোগাযোগ বলে। শব্দের মৌখিক প্রকাশের মাধ্যমে তথ্য বিনিময় করা হলে তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলা হয়। অবাচনিক যোগাযোগের সর্বাধিক প্রচলিত পদ্ধতি বা মাধ্যমসমূহ হলো মুখায়বের প্রকাশ, অঙ্গভঙ্গি, শারীরিক ভাষা, দর্শন, স্থান ও দূরত্ব, নিরবতা, স্পর্শ, ব্যক্তিগত উপস্থিতি ইত্যাদি।

পাঠ-৩.২

লিখিত যোগাযোগ

Written Communication



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- লিখিত যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাবেন;
- লিখিত যোগাযোগের পদ্ধতি ব্যাখ্যা করতে পাবেন;
- লিখিত যোগাযোগের গুরুত্ব জানতে পারবেন;
- লিখিত যোগাযোগের সীমাবদ্ধতা ব্যাখ্যা করতে পারবেন; এবং
- কোন কোন অবস্থায় লিখিত যোগাযোগ অধিক কার্যকরী হবে জানতে পারবেন।



লিখিত যোগাযোগ

Written Communication

লিখিত বিভিন্ন মাধ্যম যেমন- চিঠি, ইমেইল, প্রতিবেদন ইত্যাদি ব্যবহার করে যখন বার্তা বা তথ্য আদান-প্রদান করা হয় তখন তাকে লিখিত যোগাযোগ বলা হয়। এই যোগাযোগের মাধ্যমে সুস্পষ্টভাবে, বিস্তারিত তথ্য উপস্থাপন করা সম্ভব হয় এবং কার্যকরভাবে তথ্য বিনিময় করা যায়।

লিখিত যোগাযোগের পদ্ধতি

Methods of Written Communication

ব্যবস্থাপনা, কর্মচারী এবং বাহ্যিক পক্ষের জন্য লিখিত যোগাযোগের পদ্ধতিসমূহ নিম্নের তালিকায় উল্লেখ করা হলো:

ক) ব্যবস্থাপনা	খ) কর্মচারী	গ) প্রতিষ্ঠানের বাইরের বিভিন্ন পক্ষ
১. সাংগঠনিক নীতি-পদ্ধতি বিষয়ক বিবরণী	১. কর্মীদের জন্য নির্দেশনা পুস্তিকা	১. সাইনবোর্ড
২. বিশেষ ব্যবস্থাপনা সংবাদপত্র	২. কর্মচারীদের বুলেটিন	২. দৈনিক পত্রিকা
৩. আনুষ্ঠানিক ব্যবস্থাপনা প্রতিবেদন	৩. কর্মচারীদের সংবাদপত্র	৩. সাপ্তাহিক, পাক্ষিক বা মাসিক সাময়িকী
৪. তত্ত্বাবধায়কদের জন্য নির্দেশনা পুস্তিকা	৪. নতুন কর্মচারীদের প্রতি পত্র	৪. পোস্টার
৫. তত্ত্বাবধায়কদের জন্য বিশেষ প্রকাশনী	৫. পঠন তাক	৫. নিয়ন সাইন
	৬. বুলেটিন বোর্ড	৬. ব্যানার
	৭. অভিযোগ ও পরামর্শ বাক্স	৭. ফেস্টুন
	৮. স্মারকপত্র	৮. ভিজিটিং কার্ড
	৯. অভ্যন্তরীণ সার্কুলার	৯. ডায়েরি

ক) ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতি (Medias of Written Communication for Management):
ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতিসমূহ নিম্নরূপ:

১. সাংগঠনিক নীতি ও পদ্ধতি বিষয়ক বিবরণী (Statements of Organisational Policies and Procedures):
সাংগঠনিক নীতি ও পদ্ধতি বিষয়ক বিবরণী ব্যবস্থাপনার জন্য সাধারণভাবে ব্যবহৃত একটি লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতি। শীর্ষ ব্যবস্থাপনা এরূপ নীতি-পদ্ধতি প্রণয়ন করে তা লিখিত আকারে প্রকাশ করেন। ফলে সংগঠনের সকল ব্যবস্থাপক তা পড়ে সেই অনুযায়ী কার্য সম্পাদন করতে সক্ষম হয়।

২. **ব্যবস্থাপনা সংবাদপত্র (Management Newsletter):** ব্যবস্থাপনা সংবাদপত্রের মাধ্যমে ব্যবস্থাপনার বিভিন্ন স্তরে কর্মরত ব্যবস্থাপকদেরকে সংগঠনের সাধারণ বা কম গুরুত্বপূর্ণ বিষয়াদি জানানো হয়। এরূপ ব্যবস্থাপনা সংবাদপত্র সাপ্তাহিক, পাক্ষিক অথবা মাসিক ভিত্তিতে প্রকাশিত হয়ে থাকে।
৩. **আনুষ্ঠানিক ব্যবস্থাপনা প্রতিবেদন (Formal Management Report):** শীর্ষ ব্যবস্থাপনার নিকট দাখিলের জন্যে বিভাগীয় ব্যবস্থাপকরা তাদের সম্পাদিত কর্মকাণ্ডের উপর ভিত্তি করে প্রতিবেদন প্রণয়ন করেন। এরূপ প্রতিবেদন সাধারণত নির্দিষ্ট সময় মেয়াদ অন্তর অন্তর প্রণয়ন ও দাখিল করা হয়।
৪. **তত্ত্বাবধায়কদের জন্য নির্দেশনা পুস্তিকা (Supervisor's Handbook):** অনেক ক্ষেত্রে তত্ত্বাবধায়কদেরকে বিশেষ ধরনের নির্দেশনা পুস্তিকা প্রদান করা হয়। এরূপ পুস্তিকায় কোম্পানির নীতি, কার্য পদ্ধতি, ক্ষোভ প্রশমন পদ্ধতি, বিরোধ নিষ্পত্তির পদ্ধতি, অভিযোগ উত্থাপন পদ্ধতি ইত্যাদি সম্পর্কে তথ্য দেওয়া থাকে।
৫. **তত্ত্বাবধায়কদের জন্য বিশেষ প্রকাশনী (Special Publications for Supervisors):** বৃহদায়তনের প্রতিষ্ঠানসমূহ অনেক সময় কোন বিশেষ সংবাদ তত্ত্বাবধায়কদেরকে জানানোর জন্য বিশেষ প্রকাশনা প্রকাশ করে। এরূপ সংবাদের মধ্যে ব্যয় হ্রাসের পদ্ধতি, পণ্য উন্নয়ন ধারণা, অপচয় হ্রাস পদ্ধতি, বিশেষ নিরাপত্তা ব্যবস্থা ইত্যাদি উল্লেখযোগ্য।

খ) **কর্মচারীদের জন্য লিখিত যোগাযোগ মাধ্যম (Written Communication Medias for Employees):** ব্যবস্থাপকগণকে তাদের অধীনস্থ কার্য স্তরের কর্মীদের সাথে সংযোগ ও যোগাযোগ রক্ষা করে চলতে হয়। কর্মচারীদের সাথে লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতিসমূহ নিম্নরূপ:

১. **কর্মীদের জন্য নির্দেশনা পুস্তিকা (Employee Handbook):** কোম্পানি সম্পর্কিত বিভিন্ন বিষয়াদি কর্মচারীদের জানাতে কর্মীদের জন্য নির্দেশনা পুস্তক অত্যন্ত প্রয়োজনীয় একটি লিখিত দলিল। এ দলিলে কোম্পানির ইতিহাস, সাংগঠনিক কার্য সম্পাদনগত নীতি-পদ্ধতি ইত্যাদি লিপিবদ্ধ থাকে।
২. **কর্মচারীদের বুলেটিন (Employee Bulletin):** কোন জরুরী বিষয় কর্মচারীদেরকে জানানোর জন্য বুলেটিন ব্যবহার করা হয়। সাধারণত তত্ত্বাবধায়কগণ এরূপ বুলেটিন প্রণয়নপূর্বক কর্মচারীদের মাঝে বিতরণ করেন। কখনো কখনো এটি কোম্পানির নোটিশ বোর্ডেও টাঙ্গানো হয়।
৩. **কর্মচারী সংবাদপত্র (Employees Newsletter):** কোম্পানির সাফল্য, কোম্পানির গ্রহণকৃত নতুন প্রকল্প, কর্মীদের কার্য স্বীকৃতি ও প্রশংসা, কর্মীদের প্রবন্ধ ও গল্প ইত্যাদি অন্যান্য সকল কর্মচারীদেরকে জানানোর লক্ষ্যে কর্মচারী সংবাদপত্র প্রকাশিত হয়। এরূপ সংবাদপত্র সাপ্তাহিক, পাক্ষিক অথবা মাসিক যে কোন মেয়াদ ভিত্তিক হতে পারে।
৪. **নতুন কর্মীদের প্রতি পত্র (Letter to New Employees):** কোম্পানিতে নিয়োগপ্রাপ্ত নতুন কর্মীদের সাদরে গ্রহণ ও তাদের সাথে সৌহার্দ্যপূর্ণ সম্পর্ক সৃষ্টির লক্ষ্যে তাদেরকে স্বাগতপত্র প্রদান করা হয়। এটি নতুন কর্মীদেরকে যথেষ্ট উৎসাহিত করে।
৫. **পঠন তাক (Reading Rack):** কোন কোন সংগঠন কর্মচারীদের পাঠাভ্যাস বৃদ্ধি করার লক্ষ্যে সংগঠনের সুবিধাজনক বিভিন্ন স্থানে পঠন তাক স্থাপন করে। এ সমস্ত তাক বিভিন্ন প্রকার বই, পুস্তিকা, সাময়িকী, ইত্যাদি দিয়ে সাজানো থাকে। বিরতির সময় কর্মচারীগণ এ সমস্ত বই পুস্তক পাঠ করে বিনোদন ও জ্ঞানার্জনের সুযোগ পায়।
৬. **বুলেটিন বোর্ড (Bulletin Board):** সাধারণত এরূপ বুলেটিন বোর্ড প্রতিষ্ঠানের এমন স্থানে স্থাপন করা হয় যেখানে প্রতিনিয়ত কর্মীরা জমায়েত হয়। বুলেটিন বোর্ডে বদলি, পদোন্নতি, কোম্পানির সাম্প্রতিক বিষয়াবলি, নতুন কার্য পদ্ধতি ইত্যাদি প্রদর্শিত হয়।

৭. **অভিযোগ ও পরামর্শ বাক্স (Complaint and Suggestion Box):** সংগঠনের সুবিধাজনক স্থানে অনেক সংগঠন অভিযোগ ও পরামর্শ বাক্স স্থাপন করে। কর্মচারীগণ এরূপ বাক্সে তাদের অভিযোগ, ক্ষোভ, জিজ্ঞাসা বা পরামর্শ দাখিল করতে পারে।
৮. **স্মারকপত্র (Memorandum):** অনেক সংগঠন অনুমোদিত বার্ষিক বেতন বৃদ্ধি, ছুটি সংক্রান্ত শর্তাবলী, শৃঙ্খলা ভঙ্গের শাস্তি, পদোন্নতি বা বদলির আদেশ, সভার বিজ্ঞপ্তি ইত্যাদি স্মারকপত্রের মাধ্যমে কর্মচারীদের জন্য।
৯. **অভ্যন্তরীণ সার্কুলার (Internal Circular):** কোন জরুরি বিষয় বা ঘটনা তাৎক্ষণিকভাবে কর্মীদের জানানোর লক্ষ্যে বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান অভ্যন্তরীণ সার্কুলার ব্যবহার করে।

গ) প্রতিষ্ঠানের বাইরের বিভিন্ন পক্ষের সাথে লিখিত যোগাযোগের মাধ্যম বা পদ্ধতি (**Methods of Written Communication with External Parties of the Organisation**) : সাংগঠনিক কর্মকান্ড পরিচালনা এবং উদ্দেশ্য অর্জনের নিমিত্তে সংগঠনকে বাইরের বিভিন্ন পক্ষ; যেমন-ক্রেতা, সরবরাহকারী, ব্যাংকার, বীমা প্রতিষ্ঠান, সরকারি কর্তৃপক্ষ ইত্যাদির সাথে যোগাযোগ ও সংযোগ রক্ষা করে চলতে হয়। বাহ্যিক এ সকল পক্ষের সাথে লিখিত যোগাযোগ কৌশল হিসেবে প্রতিষ্ঠান সাইনবোর্ড, দৈনিক পত্রিকা, সাপ্তাহিক ও মাসিক সাময়িকী, পোস্টার, ব্যানার, ফেস্টুন, নিয়ন সাইন, বিলবোর্ড, ভিজিটিং কার্ড, ডায়েরি, টেলিভিশন, ওয়েবসাইট ইত্যাদি ব্যবহার করে।

লিখিত যোগাযোগের গুরুত্ব

Importances of Written Communication

লিখিত যোগাযোগ ছাড়া কোন প্রতিষ্ঠানের পক্ষেই তার সাংগঠনিক কর্মকান্ড পরিচালনা সম্ভব নয়। লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতির গুরুত্বসমূহ তুলে ধরা হলো:

১. যোগাযোগের বিভিন্ন পদ্ধতির মধ্যে লিখিত যোগাযোগ সর্বাধিক সিঠিক ও নির্ভুল যোগাযোগ পদ্ধতি। এ যোগাযোগ সংবাদের ভুল ব্যাখ্যা, পক্ষসমূহের মধ্যে সন্দেহ ও ভুল বুঝাবুঝির সম্ভাবনা দূর করে।
২. লিখিত যোগাযোগ বার্তার স্থায়ী রেকর্ড সংরক্ষণ সম্ভব হয়।
৩. লিখিত যোগাযোগ বার্তার স্থায়ী রেকর্ড সংরক্ষণ সম্ভব বিধায় তা ভবিষ্যতের যে কোন সময়ে বা প্রয়োজনে প্রামাণ্য দলিল হিসেবে ব্যবহার করা যায়।
৪. লিখিত যোগাযোগের আরেকটি প্রধান সুবিধা হলো এর বার্তা আইনী লড়াইয়ে প্রতিরক্ষার কৌশল হিসেবে ব্যবহৃত হয়।
৫. গণ হারে চিঠি বা বার্তা প্রেরণের মাধ্যমে যে কোন লিখিত বার্তা একই সময়ে বিভিন্ন স্থানে অবস্থানকারী বহু সংখ্যক ব্যক্তি বা পক্ষের নিকট প্রেরণ করা যায়।
৬. সংগঠন ও সংগঠনের বাইরের বিভিন্ন পক্ষের নিকট প্রেরিত বার্তার সমরূপতা বজায় রাখার ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।
৭. লিখিত বার্তার সংরক্ষণ সুবিধাজনক। মানুষের স্মরণশক্তি সীমিত হওয়ার কারণে দীর্ঘ সময়কাল বার্তা সংরক্ষণের ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগের কোন বিকল্প নেই।
৮. কোন দীর্ঘ ও জটিল বিষয় উপস্থাপন ও প্রেরণে লিখিত যোগাযোগই সর্বাধিক উপযোগী। বার্তার প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা, প্রাসঙ্গিক বিষয়বলী, সমর্থনমূলক দলিল ইত্যাদি সহজেই লিখিত যোগাযোগে সংযুক্ত করা যায়।
৯. বার্তার ব্যাকরণগত ও তথ্যগত সঠিকতা ও যথার্থতা যাচাই করা যায় বিধায় লিখিত যোগাযোগ বার্তার গ্রহণযোগ্যতা সর্বাধিক।
১০. লিখিত যোগাযোগে বার্তা প্রেরক সাবধানতা ও চিন্তা ভাবনা করে তথ্য সন্নিবেশন করে থাকে। এতে অপ্রয়োজনীয় ও বাহুল্য তথ্য বর্জন করে শুধুমাত্র গুরুত্বপূর্ণ ও প্রাসঙ্গিক তথ্যই বার্তায় উপস্থাপিত হয়।

১১. লিখিত বার্তা যোগাযোগ বার্তার ভুল ব্যাখ্যা রোধে কাজ করে। ফলে কেউ ইচ্ছা করলেই যোগাযোগ বার্তার ভুল ব্যাখ্যা করতে পারে না। এতে তথ্য আদান-প্রদানে অহেতুক ভুল বুঝাবুঝি হ্রাস পায়।
১২. লিখিত বার্তা স্থায়ীভাবে সংরক্ষণ করা যায় এবং এ যোগাযোগে বার্তা গ্রহণ করে যোগাযোগ গ্রহীতা প্রাপ্তি স্বীকার প্রদান করে। ফলে বার্তা প্রেরক বা গ্রহীতা কেউই এ যোগাযোগের বার্তাকে পরবর্তীতে অস্বীকার করতে পারে না।
১৩. লিখিত যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের পণ্য ও সেবার প্রচারে সহায়তা করে। কার্যকরভাবে রচিত প্রচার পত্র, প্রতিবেদন, মেমো, বিজ্ঞপ্তি ইত্যাদি সহজে তাদের লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য সাধন করতে পারে। ফলে প্রতিষ্ঠানের কার্য সম্পাদন ও লক্ষ্য অর্জন সহজতর হয় এবং প্রতিষ্ঠানের সুনাম বৃদ্ধি পায়।

লিখিত যোগাযোগের সীমাবদ্ধতা

Limitations of Written Communication

অন্যান্য যোগাযোগের তুলনায় লিখিত যোগাযোগের অধিক সুবিধা ও ব্যাপক ব্যবহার থাকা সত্ত্বেও এ যোগাযোগে নিম্নোক্ত অসুবিধাসমূহ বিদ্যমান:

১. যোগাযোগ প্রক্রিয়ার প্রতি স্তরেই লিখিত যোগাযোগ বার্তার গতি সঞ্চরণে ধীরতা পরিলক্ষিত হয়। এ যোগাযোগ বার্তার লিখন প্রস্তুতি, বার্তার খসড়া লিখন, সংশোধন ও চূড়ান্তকরণ লিখিত যোগাযোগে ধীরতা তৈরি করে।
২. লিখিত যোগাযোগের বার্তা প্রেরক এবং প্রাপক ছাড়াও অন্যান্য ব্যক্তিদের দৃষ্টিগোচরেও আসতে পারে। তাই বার্তা যখন লিখিত আকারে প্রেরণ করা হয় তখন স্বাভাবিকভাবেই এর গোপনীয়তা হ্রাস পায়।
৩. লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতি বার্তার ভুল বুঝাবুঝি ও সন্দেহ হ্রাস করলেও তা পরিপূর্ণভাবে দূর করতে পারে না। তথ্যের দুর্বল প্রকাশ, দ্ব্যর্থবোধক শব্দের ব্যবহার ইত্যাদি বার্তা প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে ভুল বুঝাবুঝির সৃষ্টি করে। আবার, ভিন্ন ভিন্ন সংস্কৃতির মানুষদের মধ্যে সংঘটিত লিখিত যোগাযোগও অনেক ক্ষেত্রে তাদের মধ্যে ভুল বুঝাবুঝির সৃষ্টি করতে পারে।
৪. লিখিত যোগাযোগ প্রকৃতিগতভাবে একটি ব্যয়বহুল যোগাযোগ। এরূপ যোগাযোগ স্থাপনে কলম, খাতা, কাগজ, মুদ্রণ যন্ত্র, মুদ্রাকর ইত্যাদির প্রয়োজন পড়ে। এসব কিছুই প্রতীষ্ঠানকে প্রচুর ব্যয় বহন করতে হয়।
৫. লিখিত যোগাযোগ লালফিতার দৌরাভ্যের প্রভাবে দুষ্টি। লিখিত যোগাযোগ অনেকটা আনুষ্ঠানিক প্রকৃতির। তাই এটি সাংগঠনিক কাঠামোর বিভিন্ন স্তর পেরিয়ে চূড়ান্ত গন্তব্যে পৌঁছে। এতে সংবাদ প্রেরণে বিলম্ব ঘটে, ফলে সিদ্ধান্ত গ্রহণ বিলম্ব হয়।
৬. লিখিত যোগাযোগ অশিক্ষিত বা নিরক্ষর সমাজে গুরুত্বহীন।
৭. লিখিত যোগাযোগ বার্তায় কোনরূপ বিপত্তি দেখা দিলে বা তার কোনরূপ ব্যাখ্যা-বিবৃতির প্রয়োজন হলে বার্তা প্রেরক কাছাকাছি না থাকায় প্রাপক সংবাদের তাৎক্ষণিক কোন ব্যাখ্যা দাবি করতে পারে না। সেক্ষেত্রে যোগাযোগ অকার্যকর হয়ে পড়ে।
৮. পরস্পর দূরবর্তী স্থানে অবস্থানরত বার্তা প্রেরক এবং প্রাপক লিখিত যোগাযোগ করলে প্রেরক সংবাদের ব্যাপারে প্রাপকের তাৎক্ষণিক প্রতিক্রিয়া বুঝতে পারে না। অথচ মৌখিক যোগাযোগে প্রাপকের মৌখিক প্রকাশ দেখেই সংবাদের ব্যাপারে প্রাপকের প্রতিক্রিয়া অনেকটা বুঝতে পারা যায়।
৯. লিখিত যোগাযোগ বার্তা একবার প্রাপক বরাবর প্রেরিত হলে তা আর সংশোধন বা পরিবর্তন করা যায় না। তাই অনেক ক্ষেত্রে অনেকে লিখিত যোগাযোগকে অনুপযুক্ত মনে করে।
১০. বার্তা প্রেরক এবং প্রাপকের মধ্যে আনুষ্ঠানিক সম্পর্ক স্থাপনে লিখিত মাধ্যম উপযুক্ত নয়। এ যোগাযোগ সুনির্দিষ্ট নিয়ম নির্ভর বিধায় বার্তা প্রেরক এবং প্রাপক সব সময় স্বাধীনভাবে ভাব বিনিময় করতে পারে না। তাই লিখিত যোগাযোগকে প্রত্যক্ষ সম্পর্ক স্থাপনে প্রতিবন্ধক মনে করা হয়।

কোন কোন অবস্থায় লিখিত যোগাযোগ অধিক কার্যকরী

When Written Communication is more Effective

বাস্তবক্ষেত্রে মৌখিক যোগাযোগের আধিক্য দেখা গেলেও নিম্নলিখিত পরিস্থিতিতে মৌখিক যোগাযোগ অপেক্ষা লিখিত যোগাযোগ অধিকতর কার্যকর যোগাযোগ হিসেবে বিবেচিত হয়:

১. প্রাপক লিখিত বার্তা যতক্ষণ পর্যন্ত পুরোপুরি উপলব্ধি করতে সক্ষম না হন ততক্ষণ তিনি বার বার তা পড়ার সুযোগ পান। তাই কোন জটিল ও দীর্ঘ বিষয় জানানোর ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ মৌলিক যোগাযোগ অপেক্ষা অধিকতর উপযুক্ত।
২. যোগাযোগ বার্তার স্থায়ী রেকর্ড সংরক্ষণের প্রয়োজন থাকলে সেক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগই একমাত্র নির্ভরযোগ্য যোগাযোগ পদ্ধতি হিসেবে বিবেচিত হয়।
৩. ভৌগলিকভাবে বিস্তৃত ব্যাপক জনগোষ্ঠীর নিকট কোন তথ্য পৌঁছানোর ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ অন্যান্য যোগাযোগ অপেক্ষা অধিকতর ফলপ্রসূ। এ ক্ষেত্রে একই লিখিত বার্তার অসংখ্য কপি দেশে-বিদেশে ব্যাপক জনগোষ্ঠীর নিকট পৌঁছানো যায়। এতে প্রেরিত সংবাদে সমরূপতা বাজায় থাকে।
৪. তথ্য প্রেরণের পর যে ক্ষেত্রে বার্তা গ্রাহকের তাৎক্ষণিক প্রতিক্রিয়া জানার প্রয়োজন হয় না বা গ্রাহকের সাথে দ্রুত সম্পর্ক স্থাপনের প্রয়োজন হয় না সে সকল ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগই উত্তম।
৫. যখন কোন সংবাদ বিভিন্ন ব্যক্তি, স্থান, বা গোষ্ঠীর নিকট সমরূপতার সাথে প্রেরণের প্রয়োজন পড়ে তখন মৌখিক যোগাযোগের চেয়ে লিখিত যোগাযোগই উত্তম বলে বিবেচিত হয়। কারণ মৌখিক বার্তা বিভিন্ন ক্ষেত্রে অধিকমাত্রায় সমরূপতা হারিয়ে থাকে।



সারসংক্ষেপ:

লিখিত বিভিন্ন মাধ্যম যেমন- শব্দ, চিঠি, ইমেইল, প্রতিবেদন ইত্যাদি ব্যবহার করে যখন বার্তা বা তথ্য আদান-প্রদান করা হয় তখন তাকে লিখিত যোগাযোগ বলা হয়। ব্যবস্থাপনা, কর্মচারী এবং বাহ্যিক পক্ষের জন্য লিখিত যোগাযোগের বিভিন্ন পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। লিখিত যোগাযোগ সর্বাধিক সিঠিক ও নির্ভুল যোগাযোগ পদ্ধতি। লিখিত যোগাযোগ বার্তার স্থায়ী রেকর্ড সংরক্ষণ সম্ভব হয়। কোন দীর্ঘ ও জটিল বিষয় উপস্থাপন ও প্রেরণে লিখিত যোগাযোগই সর্বাধিক উপযোগী। এ যোগাযোগে কিছু অসুবিধা বিদ্যমান রয়েছে; লিখিত যোগাযোগ বার্তার খসড়া লিখন, সংশোধন এবং চূড়ান্ত লিখন ইত্যাদিতে প্রচুর সময় ব্যয় হয়; লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতি বার্তার ভুল বুঝাবুঝি ও সন্দেহ-হাস করলেও তা পরিপূর্ণভাবে দূর করতে পারে না; লিখিত যোগাযোগ প্রকৃতিগতভাবে একটি ব্যয়বহুল যোগাযোগ। কিছু কিছু ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ অন্যান্য যোগাযোগ মাধ্যম থেকে অধিকতর কার্যকর। কোন জটিল ও দীর্ঘ বিষয় জানানোর ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ মৌলিক যোগাযোগ অপেক্ষা অধিকতর উপযুক্ত। আবার, যোগাযোগ বার্তার স্থায়ী রেকর্ড সংরক্ষণের প্রয়োজন থাকলে সেক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগই একমাত্র নির্ভরযোগ্য যোগাযোগ পদ্ধতি হিসেবে বিবেচিত হয়।

পাঠ-৩.৩

মৌখিক যোগাযোগ

Oral Communication



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- মৌখিক যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাবেন;
- মৌখিক যোগাযোগের সুবিধাসমূহ জানতে পাবেন;
- মৌখিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাসমূহ বর্ণনা করতে পারবেন; এবং
- শ্রবণ যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাবেন।

মৌখিক যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা

Concept of Oral Communication

শব্দ উচ্চারণ করে বক্তব্য উপস্থাপন করে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয় তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। মৌখিক যোগাযোগে প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে সামনা সামনি কথোপকথন, বা অন্য কোনো যান্ত্রিক বা ইলেক্ট্রনিক কৌশলের মাধ্যমে তথ্যের আদান-প্রদান হয়। এ যোগাযোগ ব্যবস্থায় পারস্পরিক কথা বলা বা শোনার মাধ্যমে তথ্য বা সংবাদের আদান-প্রদান হয়। মৌখিক যোগাযোগে গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যমগুলো হলো- সরাসরি কথোপকথন, টেলিফোনের মাধ্যমে কথোপকথন, সাক্ষাৎকার, বক্তৃতা, দলের মধ্যে আলোচনা, আলোচনা অনুষ্ঠান, আনুষ্ঠানিক সভা, কর্মশালা ইত্যাদি।

মৌখিক যোগাযোগের সুবিধা

Advantages of Oral Communication

১. মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে দ্রুত সংবাদ প্রেরণ করা যায় ও এর প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা প্রদান করা যায় বলে দ্রুত কার্য সম্পাদন করা সম্ভব হয়।
২. এ ধরনের যোগাযোগে ব্যয়হ্রাস পায় কারণ সামনাসামনি কথোপকথনের মাধ্যমে তথ্যের আদান-প্রদান হয়।
৩. কর্মীদের প্রেরণা, প্রণোদনা ও নিয়ন্ত্রণের জন্য এ ধরনের যোগাযোগ অধিক কার্যকর।
৪. মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে সম্পর্ক নিবিড় হয় কারণ এই যোগাযোগের ফলে প্রাপকের অনুভূতি ও উপলব্ধি সহজে বোঝা যায়।
৫. মৌখিক যোগাযোগের ফলে প্রাপকের প্রতিক্রিয়া বা প্রত্যুত্তর অতি দ্রুত পাওয়া যায়।
৬. অশিক্ষিত বা নিরক্ষর ব্যক্তিদের সাথে যোগাযোগ স্থাপনের একটি কার্যকর পদ্ধতি হলো মৌখিক যোগাযোগ।
৭. মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে অপ্রয়োজনীয় আনুষ্ঠানিকতা পরিহার করা যায়। এর ফলে সুবিধামতো স্থান ও সময়ে তথ্য বা সংবাদের আদান-প্রদান করা যায়।

মৌখিক যোগাযোগের অসুবিধা

Limitations of Oral Communication

১. মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রাপক বা শ্রোতা অনেক সময় তথ্য না শুনতে বা বুঝতে পারার কারণে তথ্য সঠিকভাবে প্রাপকের কাছে নাও পৌঁছাতে পারে।

২. এ ধরনের যোগাযোগে বার্তা বা সংবাদ প্রেরণের সময় ভুল শব্দ চয়ন, গুরুত্বপূর্ণ অংশ ইচ্ছাকৃত বা অনিচ্ছাকৃত ভুলে যাওয়া, বক্তব্য চলাকালে শোরগোল, প্রেরকের অমনোযোগিতা ইত্যাদি কারণে যোগাযোগ প্রক্রিয়া ব্যহত হতে পারে।
৩. দীর্ঘ সংবাদ প্রেরণের সময় প্রাপক বা শ্রোতা আগ্রহ বা মনোযোগ হারিয়ে ফেলতে পারে।
৪. মৌখিক যোগাযোগ অনেক সময় সংরক্ষণ করা সম্ভব হয়না বলে প্রামাণ্য দলিল ও সংবাদ সূত্র হিসেবে ব্যবহার করা যায় না।
৫. দূরে অবস্থানকারী প্রেরক বা শ্রোতার কাছে মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে তথ্য বিনিময় করার জন্য প্রযুক্তি বা যান্ত্রিক কৌশল; যেমন- রেডিও, টেলিভিশন, টেলিফোন, কম্পিউটার, ইন্টারনেট ইত্যাদির প্রয়োজন হয়।
৬. মৌখিক যোগাযোগে তথ্যের গোপনীয়তা প্রকাশ পেয়ে যেতে পারে যদি কোন বাইরের কেউ সেখানে উপস্থিত থাকে।
৭. এ ধরনের যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে নেতিবাচক সংবাদ, যেমন- চাকুরিচ্যুতি, বদলি ইত্যাদি প্রদানে ব্যবহার করা যায় না। এতে কর্মীদের মধ্যে নেতিবাচক প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হতে পারে।
৮. মৌখিক যোগাযোগে বক্তাকে সুস্পষ্ট উচ্চারণ ও বক্তব্য উপস্থাপনে পারদর্শী হতে হয় তা না হলে মূল বিষয়ের প্রতি আগ্রহ তৈরি করা যায় না।

ব্যবসায় যোগাযোগে শ্রবণ

Listening in Business Communication

ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে শ্রবণ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। শ্রোতা সংবাদ বা বার্তা শোনার পর সেই বার্তা ব্যাখ্যা করে এরপর বোঝার চেষ্টা করে এবং সেই অনুযায়ী প্রতিক্রিয়া জানায়। অনেকসময় সেই তথ্য নিজের অজান্তে বা স্বতঃপ্রণোদিত হয়ে মনে রাখে ও স্মৃতিতে ধরে রাখে। ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে কর্মী তার উর্ধ্বতনের নির্দেশ, সহকর্মীর পরামর্শ, সভায় আলোচনার বিষয়বস্তু, ক্রেতার বক্তব্য ইত্যাদি প্রতিনিয়ত শ্রবণ করে। এই কারণে শ্রবণের মাধ্যমে যে বার্তা বা তথ্যের আদান প্রদান হয় তা সুস্পষ্ট ও সুনির্দিষ্ট হওয়া প্রয়োজন। অনেকক্ষেত্রে সংবাদ প্রস্তুত ও প্রেরণের দিকে অধিক গুরুত্ব দেওয়া হয় কিন্তু শ্রবণের মাধ্যমে যে যোগাযোগ হয় বিশেষ করে মৌখিক যোগাযোগ; সেই সময় অবশ্যই প্রাপক শুনতে ও বুঝতে পারে এর উপরও বেশি জোর দিতে হয়। যোগাযোগে ব্যবহৃত শব্দ যখন অন্যের নিকট অর্থবোধক কোন তথ্য জ্ঞাপন করে তখন তাকে শ্রবণ যোগাযোগ বলে।



সারসংক্ষেপ:

শব্দ উচ্চারণ করে বক্তব্য উপস্থাপন করে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয় তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। এ যোগাযোগ ব্যবস্থায় পারস্পরিক কথা বলা বা শোনার মাধ্যমে তথ্য বা সংবাদের আদান-প্রদান হয়। মৌখিক যোগাযোগে গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যমগুলো হলো- সরাসরি কথোপকথন, টেলিফোনের মাধ্যমে কথোপকথন, সাক্ষাৎকার, বক্তৃতা, দলের মধ্যে আলোচনা, আলোচনা অনুষ্ঠান, আনুষ্ঠানিক সভা, কর্মশালা ইত্যাদি। মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে দ্রুত সংবাদ প্রেরণ করা যায় ও এর প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা প্রদান করা যায় বলে দ্রুত কার্য সম্পাদন করা সম্ভব হয়। এই ধরনের যোগাযোগে ব্যয় হ্রাস পায় কারণ সামনাসামনি কথোপকথনের মাধ্যমে তথ্যের আদান-প্রদান হয়। কর্মীদের প্রেরণা, প্রণোদনা ও নিয়ন্ত্রণের জন্য এই ধরনের যোগাযোগ অধিক কার্যকর। মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রাপক বা শ্রোতা অনেক সময় তথ্য না শুনতে বা বুঝতে পারে ফলে তথ্য সঠিকভাবে প্রাপকের কাছে নাও পৌঁছাতে পারে। এ ধরনের যোগাযোগে বার্তা বা সংবাদ প্রেরণের সময় ভুল শব্দ চয়ন, গুরুত্বপূর্ণ অংশ ইচ্ছাকৃত বা অনিচ্ছাকৃত ভুলে যাওয়া, বক্তব্য চলাকালে শোরগোল, প্রেরকের অমনোযোগিতা ইত্যাদি কারণে যোগাযোগ প্রক্রিয়া ব্যহত হতে পারে। দীর্ঘ সংবাদ প্রেরণের সময় প্রাপক বা শ্রোতা আগ্রহ বা মনোযোগ হারিয়ে ফেলতে পারে।

পাঠ-৩.৪

অবাচনিক যোগাযোগ: ধারণা ও মাধ্যমসমূহ

Non- Verbal Communication: Concept and Medias



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- অবাচনিক যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাবেন;
- অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যম সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন;
- অবাচনিক যোগাযোগের সুবিধা জানতে পারবেন;
- অবাচনিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে ব্যাখ্যা করতে পারবেন; এবং
- বাচনিক এবং অবাচনিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য করতে পারবেন।

অবাচনিক যোগাযোগ

Non-verbal Communication

যে যোগাযোগে বার্তা বিনিময় করার সময় কোনোরকম লিখিত বা মৌখিক শব্দ ব্যবহার করা হয় না তাকে শব্দ বহির্ভূত যোগাযোগ বলা হয়। এ যোগাযোগে অঙ্গভঙ্গি, আকার-ইঙ্গিত, চিহ্ন, রং ইত্যাদি তথ্য বা বার্তা বিনিময় করা হয়। শ্রবণ যোগাযোগও এ যোগাযোগের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম।

অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যম

Medias of Non-verbal Communication

যোগাযোগের পরিস্থিতি এবং যোগাযোগকারী যোগাযোগ গ্রহীতার যোগ্যতা বিবেচনায় অবাচনিক যোগাযোগ বিভিন্ন প্রকারের হতে পারে। নিম্নে অবাচনিক যোগাযোগের সর্বাধিক প্রচলিত পদ্ধতি বা মাধ্যমসমূহ আলোচনা করা হলো:

১. **চেহারার প্রকাশ (Facial Expression)** মানুষের চেহারা গুরুত্বপূর্ণ এক যোগাযোগ মাধ্যম। চেহারা মানব মনের বিভিন্ন আবেগ-অনুভূতি যেমন-আনন্দ, বেদনা, সুখ, দুঃখ, ভালোবাসা, আগ্রহ, ক্রোধ, বিরক্তি, সন্দেহ, ভয়, ঘৃণা, বিস্ময়, অনিশ্চয়তা ইত্যাদির প্রকাশ করে। মুখমণ্ডল ও চোখ প্রধানত মানব মনের আবেগ-অনুভূতির প্রকাশক হিসেবে কাজ করে।
২. **অঙ্গভঙ্গি/আকার ইঙ্গিত (Gesture):** অঙ্গভঙ্গি বলতে বাহু, পা, হাত এবং মাথা দোলানোকে বুঝায়। অঙ্গভঙ্গির মাধ্যমে মনে পোষণকৃত সুনির্দিষ্ট কোন ইচ্ছার প্রকাশ ঘটানো যায়। যেমন-মাথা নিচে নামানো 'হ্যাঁ' এবং ডানে-বামে ঘুরালে 'না' বুঝায়। হাত উঠানো বা নাড়ানোর মাধ্যমে কোন ইচ্ছার প্রকাশ ঘটানো যায়। হাত উঁচু করে নাড়িয়ে 'হ্যালো' এবং 'বিদায়' বুঝানো হয়। অবশ্য অঙ্গভঙ্গির একই প্রকাশ ভিন্ন ভিন্ন সংস্কৃতিতে ভিন্ন ভিন্ন অর্থ প্রকাশ করতে পারে।
৩. **শরীরিক ভাষা (Body Language):** অবাচনিক যোগাযোগের আরেকটি বিশেষ পদ্ধতি বা মাধ্যম হলো শরীরিক ভাষা। এর মাধ্যমেও মনের কথা, আবেগ, অনুভূতি প্রকাশ করা যায়। শরীরিক ভাষা দুই ধরনের হতে পারে। প্রথমত, শরীরের বিভিন্ন অংশের অনিচ্ছাকৃত নড়াচড়া এবং দ্বিতীয়ত, সচেতনতার সাথে নিয়ন্ত্রিত নড়াচড়া। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, কোন সভায় যখন কোন মানুষ ক্লান্তি বোধ করে তখন সে বক্তার দিকে না তাকিয়ে সভা

কক্ষের এদিকে-ওদিকে তাকায়। আবার, মানুষ যখন ভীত (Nervous) হয়ে পড়ে তখন সে হয়তো নিজের নখ কামড়ায় বা অন্য কোন আচরণ করে।

৪. **দূরত্ব (Distance):** সাংগঠনিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে দূরত্ব অবাচনিক যোগাযোগের গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম হিসেবে বিবেচিত হয়। এর মাধ্যমে দুই জন মানুষের ঘনিষ্ঠতার মাত্রা প্রকাশ পায়। যেমন- দুইজন ব্যক্তির মধ্যে দূরত্ব ১৮ ইঞ্চি থেকে ৪ ফুটের মধ্যে হলে তাদের মাঝে ব্যক্তিগত সম্পর্ক রয়েছে আবার, ৪ থেকে ১২ ফুটের দূরত্ব থাকলে তাদের মাঝে সামাজিক সম্পর্ক রয়েছে।
৫. **স্পর্শ (Touch):** স্পর্শ শব্দ-বহির্ভূত যোগাযোগ স্থাপনের আরেকটি মাধ্যম। শুধুমাত্র স্পর্শের মাধ্যমে মানুষ তার আবেগ বা অনুভূতি অন্যের নিকট প্রকাশ করতে পারে। অবশ্য মানুষের বয়স, লিঙ্গ, মর্যাদা, ঘনিষ্ঠতা, ইত্যাদি ভেদে স্পর্শের মাত্রা বিভিন্ন রকমের হতে পারে। যেমন-আমাদের সংস্কৃতিতে সান্ত্বনা জানানোর জন্য বা সহমর্মীতা বোঝানোর জন্য স্পর্শ করা হয়।
৬. **নীরবতা (Silence):** নীরবতা অবাচনিক যোগাযোগের একটি শক্তিশালী মাধ্যম। যোগাযোগে নীরবতা ইতিবাচক ও নেতিবাচক অর্থ প্রকাশ করে। শ্রেণীকক্ষে পরিপূর্ণ নীরবতা থাকলে বুঝতে হবে যে শিক্ষার্থীরা গভীর মনোযোগের সাথে শিক্ষকের পাঠ গ্রহণ করছে। আবার, নীরবতার মাধ্যমে একজনের সম্মতি বা নিরপেক্ষতা প্রকাশ পায়।
৭. **ব্যক্তিগত সাজসজ্জা (Personal Appearance):** মানুষের সাজসজ্জা এবং পোষাক-পরিচ্ছদও অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে হিসেবে কাজ করে। সাজসজ্জার মধ্যে পরিধেয় বস্ত্র, চুল, অলংকার ইত্যাদি অন্তর্ভুক্ত। কোন একটি উৎসবকে একজন মানুষ কতটা গুরুত্ব প্রদান করছে তা তার সাজসজ্জার প্রকৃতি দেখেই বুঝা যায়। পোষাক দিয়ে ছাত্র, চিকিৎসক, আইনজীবী, পুলিশ, সামরিক বাহিনীর সদস্য ইত্যাদি বিভিন্ন প্রকৃতির লোকজনকে চিনতে পারা যায়।
৮. **অডিও যোগাযোগ (Audio Communication):** ধ্বনি, শব্দ বা আওয়াজ পৌঁছানোর মাধ্যমে যোগাযোগ করা হয় তখন তাকে অডিও যোগাযোগ বলে। অনাক্ষরিক কোনো শব্দ ব্যবহার করে যে যোগাযোগ করা হয় তাকেই অডিও যোগাযোগ বলে। এই যোগাযোগে প্রেরক শব্দ বা শব্দমালা তৈরি করে কোন তথ্য বা সংবাদ প্রেরণ করে প্রাপক সেই শব্দ শোনে, বিনিময়কৃত তথ্য সম্পর্কে ধারণা করতে পারে এবং সেই অনুযায়ী প্রতিক্রিয়া প্রকাশ করে। যেমন- হর্নের শব্দ, এ্যালার্ম, টেলিফোনের শব্দ, সাইরেন, কলিংবেল ইত্যাদি। অন্যভাবে বলা যায়, যোগাযোগে ব্যবহৃত শব্দ যখন অন্যের নিকট অর্থবোধক কোন তথ্য জ্ঞাপন করে তখন তাকে অডিও যোগাযোগ বলে।
৯. **দৃশ্যমান যোগাযোগ (Visual Communication):** দৃশ্যমান যোগাযোগ অবাচনিক যোগাযোগের একটি পদ্ধতি। দৃশ্যমান কোন উপায়ে যোগাযোগ সংঘটিত হলে তাকে দৃশ্যমান যোগাযোগ বলে। তাই বলা যায়, মুখাবয়বের প্রকাশ, দেহ ভঙ্গি, ছবি, চিহ্ন, সংকেত, মানচিত্র, গ্রাফ, ডায়াগ্রাম ইত্যাদির মাধ্যমে যখন যোগাযোগ সংঘটিত হয় তখন তাকে দৃশ্যমান যোগাযোগ বলে।

নীরবতার মাধ্যমে যোগাযোগ

Communication through Silence Passive means

নীরবতা অবাচনিক যোগাযোগের একটি উল্লেখযোগ্য মাধ্যম। অনেক ক্ষেত্রে নীরবতা পালনের মাধ্যমে যোগাযোগের ভাব বিনিময় করা যায়। যখন লিখিত বা মৌখিক শব্দ কিংবা দৃশ্যমান বা শ্রবণযোগ্য কোন সংকেত ব্যবহার করা হয় না - অথচ তথ্য গ্রাহকের নিটক পৌঁছে যায়, তখন ঐ যোগাযোগকে নীরবতার মাধ্যমে যোগাযোগ বলে। বস্তৃত নীরবতা যোগাযোগের একটি শক্তিশালী মাধ্যম। অনেক সময় এমন পরিস্থিতি হয় যেখানে নিরবতা যতটুকু কার্যকরভাবে সংবাদ জ্ঞাপন করতে পারে, অন্য কোন মাধ্যম তা পারে না। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, সিহাবের কাছে রাতুল ১০০০ টাকা ধার দেয়ার জন্য

অনুরোধ করল। সিহাব অনুরোধে সাড়া না দিয়ে নিরুত্তর রইল। এক্ষেত্রে সিহারের নীরবতা রাতুলকে কে এই সংবাদই জানিয়ে দিল যে, সে রাতুলের অনুরোধ প্রত্যাখ্যান করেছে।

অবাচনিক যোগাযোগের সুবিধা

Advantages of Non-verbal Communication

১. অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে বক্তার মনের ভাব ও বক্তব্যের অন্তর্নিহিত অর্থ প্রকাশ পায়।
২. লিখিত বক্তব্য বা বার্তার ক্ষেত্রে এর ভাষা, ভাষার নির্ভুলতা, লেখার স্পষ্টতা, পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা ইত্যাদি দিয়ে বক্তা বা সংবাদ প্রেরক সম্পর্কে ধারণা পাওয়া যায় যা একধরনের অবাচনিক যোগাযোগ।
৩. সংবাদ প্রেরকের পরিধেয় বস্ত্র, সাজসজ্জা, কথা বলার ধরণ, ব্যবহার ইত্যাদির মাধ্যমে প্রেরকের বা বক্তার পেশা, ব্যক্তিত্ব, সামাজিক অবস্থান ইত্যাদি সম্পর্কে জানা যায়।
৪. প্রতিবন্ধী ও অশিক্ষিতদের ক্ষেত্রে এ যোগাযোগের মাধ্যমে তথ্য আদান-প্রদান সহজে করা যায়।
৫. বিশেষ ক্ষেত্রে, যেমন- যানবাহন নিয়ন্ত্রণে হলুদ ও সবুজ বাতির ব্যবহার, রাস্তা চলাচলে বিভিন্ন সাংকেতিক চিহ্ন ইত্যাদি সহজে অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে নির্দেশনা দিতে পারে।
৬. বিভিন্ন চিত্র, গ্রাফ, সারণী ইত্যাদির মাধ্যমে জটিল তথ্যকে সহজে আকর্ষণীয়ভাবে প্রকাশ করা যায়।
৭. মৌখিক বা লিখিত যোগাযোগের তুলনায় অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে সহজে দ্রুত তথ্য প্রকাশ করা যায়। যেমন- ব্যস্ত রাস্তায় হাতের ইশারায় ট্রাফিক পুলিশ গাড়ির চালককে নির্দেশনা দিতে পারে।

অবাচনিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতা

Limitations of Non-verbal Communication

১. অবাচনিক যোগাযোগ লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগের ন্যায় আনুষ্ঠানিকতাপূর্ণ ও সুনির্দিষ্ট কাঠামো নয়। আনুষ্ঠানিকতা বর্জিত ও সুনির্দিষ্ট কাঠামোবদ্ধ না হওয়ায় এ যোগাযোগ সব ক্ষেত্রে বিশেষ করে আনুষ্ঠানিক কোন ক্ষেত্রে প্রয়োগ করা যায় না।
২. অবাচনিক বিভিন্ন ইঙ্গিত বক্তার বক্তব্যের বিষয়ে তাঁর মনোভাব ও অনুভূতিকে অধিকতর স্পষ্ট করে তুললেও অনেক ক্ষেত্রে তা বক্তার মৌখিক বক্তব্যের সাথে ভিন্ন অর্থও প্রকাশ করে।
৩. অবাচনিক যোগাযোগে ব্যবহৃত কোন ইঙ্গিত, সঙ্কেত বা ভঙ্গিমা যদি দুর্বোধ্য বা বার্তা গ্রাহকের কাছে অপরিচিত হয় তবে অর্থ অনুধাবন করা সম্ভব হয় না।
৪. অবাচনিক যোগাযোগে ব্যবহৃত ইঙ্গিত সংস্কৃতিনির্ভর। মানুষের একেক ভঙ্গি এক এক সংস্কৃতিতে বিভিন্ন অর্থ প্রকাশ করে তাই এক সংস্কৃতির শব্দ-বহির্ভূত ইঙ্গিত অন্য সংস্কৃতিতে ব্যবহার অনুপযোগী। যেমন, মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে হাতের বৃদ্ধাস্থলি ও তর্জনী আঙ্গুল দ্বারা তৈরিকৃত 'o' চিহ্নটি 'সব ঠিক আছে' বুঝালেও তা ফ্রান্সে 'শূন্য' এবং জাপানে 'টাকা বা অর্থ' কে বুঝায়।
৫. বিভিন্ন ইঙ্গিত, সঙ্কেত, ভঙ্গিমা, শব্দ, রং ইত্যাদির মাধ্যমে অবাচনিক যোগাযোগ সংগঠিত হয়। বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই অবাচনিক ইঙ্গিতসমূহের মাধ্যমে প্রেরিত বার্তা সংরক্ষণ করা যায় না। ফলে অবাচনিক পন্থায় গৃহীত এবং প্রেরিত কোন সংবাদই ভবিষ্যতে বা পরবর্তীতে রেফারেন্স হিসেবে ব্যবহার করা যায় না।

বাচনিক এবং অবাচনিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য

Difference between Verbal and Non-verbal communication

যে কোন যোগাযোগ বাচনিক অথবা অবাচনিক এ দুই পদ্ধতির যে কোন এক পদ্ধতিতে সংঘটিত হয়ে থাকে। তাই বাচনিক ও অবাচনিক যোগাযোগ- যোগাযোগ সংগঠনের দুইটি ভিন্ন পদ্ধতি। উভয়ের মধ্যে নিম্নোক্ত পার্থক্যসমূহ বিদ্যমানঃ

বাচনিক যোগাযোগ	অবাচনিক যোগাযোগ
যখন দুই বা ততোধিক পক্ষের মধ্যে লিখিত বা মৌখিক শব্দ ব্যবহারের মাধ্যমে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তখন তাকে বাচনিক যোগাযোগ বলে।	কোন লিখিত বা মৌখিক ভাষা বা শব্দ ব্যবহার ব্যতিরেকে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তাকে অবাচনিক যোগাযোগ বলে।
বাচনিক যোগাযোগ লিখিত অথবা মৌখিক যে কোন ভাষা বা শব্দ ব্যবহার করে সংঘটিত হয়।	শব্দ-বহির্ভূত যোগাযোগ লিখিত বা মৌখিক ভাষা বা শব্দ বহির্ভূত এক প্রকার যোগাযোগ।
বাচনিক যোগাযোগ দুই প্রকার; যথা- মৌখিক যোগাযোগ ও লিখিত যোগাযোগ।	শব্দ-বহির্ভূত যোগাযোগ চিত্র, ছবি, সংকেত, ভাব-ভঙ্গি ইত্যাদি নানা উপায়ে সংঘটিত হয়।
বাচনিক যোগাযোগ সহজে বুঝা যায়।	শব্দ- বহির্ভূত যোগাযোগ উপলব্ধি করা তুলনামূলকভাবে কঠিন।
বাচনিক যোগাযোগ বার্তার ব্যাখ্যা বিভিন্ন সংস্কৃতিতে পরিবর্তিত হয় না।	এরূপ যোগাযোগ বার্তা জনে সংস্কৃতিতে বিভিন্ন রকম হতে পারে।
বাচনিক যোগাযোগ সর্বদাই সচেতনতার সাথে সংঘটিত হয়।	শব্দ-বহির্ভূত যোগাযোগ বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই অনিচ্ছকৃতভাবে সংঘটিত হয়।
বাচনিক যোগাযোগ তুলনামূলকভাবে অধিক কাঠামোবদ্ধ বা সুবিন্যস্ত প্রকৃতির যোগাযোগ ব্যবস্থা।	শব্দ-বহির্ভূত যোগাযোগ তত সুবিন্যস্ত এবং কাঠামোবদ্ধ নয়।



সারসংক্ষেপ:

যে যোগাযোগে সংবাদ বিনিময় করার সময় কোনোরকম লিখিত বা মৌখিক শব্দ ব্যবহার করা হয় না তাকে অবাচনিক যোগাযোগ বলা হয়। অবাচনিক যোগাযোগের সর্বাধিক প্রচলিত পদ্ধতি বা মাধ্যমসমূহ হলো চেহারার প্রকাশ, অঙ্গভঙ্গি/আকার ইঙ্গিত, শরীরিক ভাষা, স্থান ও দূরত্ব, স্পর্শ, নীরবতা, ব্যক্তিগত সাজসজ্জা, শ্রবণ যোগাযোগ, দৃশ্যমান যোগাযোগ ইত্যাদি। অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমে বক্তার মনের ভাব ও বক্তব্যের অন্তর্নিহিত অর্থ প্রকাশ পায়। প্রতিবন্ধী ও অশিক্ষিতদের ক্ষেত্রে এই যোগাযোগের মাধ্যমে তথ্য আদান-প্রদান সহজে করা যায়। অবাচনিক যোগাযোগে ব্যবহৃত কোন ইঙ্গিত, সংকেত বা ভঙ্গিমা যদি দুর্বোধ্য বা বার্তা গ্রাহকের কাছে অপরিচিত হয় তবে তার পক্ষে অর্থ অনুধাবন করা সম্ভব হয় না। অবাচনিক যোগাযোগে ব্যবহৃত ইঙ্গিত সংস্কৃতিনির্ভর।

পাঠ-৩.৫

অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের ধারণা

Concept of Audio-visual Communication



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

- অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন;
- অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের সুবিধাবলি সম্পর্কে জানতে পারবেন; এবং
- অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের সীমাবদ্ধতা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগ

Audio-visual Communication

টেলিকাস্ট, শর্টফিল্ম, ভিডিও টেপ ইত্যাদির মাধ্যমে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ বলে। এটি দৃশ্য এবং শব্দের সমন্বয়ে গঠিত এক ধরনের যোগাযোগ মাধ্যম। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, টেলিভিশনের পর্দায় গাছ লাগানোর পদ্ধতি দেখানোর সময় দর্শকগণ একইসাথে পদ্ধতিটি শ্রবণ এবং স্যালাইন প্রস্তুত করার কৌশল সম্পর্কে জানতে পারে। শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগকে অবাচনিক যোগাযোগের শ্রেণীভুক্ত করা হলেও প্রকৃতপক্ষে এটি তা নয়। কারণ, এ যোগাযোগকে কার্যকর করার জন্য এর সাথে প্রায় সময়ই লিখিত বা মৌখিক বর্ণনা সংযুক্ত করতে হয়। এ ব্যবস্থায় গণশিক্ষামূলক কাজ ও গণপ্রচার এই যোগাযোগ মাধ্যম অধিক কার্যকর। মৌখিক বা লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে পাওয়ার পয়েন্ট স্লাইডস- এ প্রদর্শিত ছবির সাথে প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা বিশ্লেষণ সংযুক্ত করা হয় বিধায় গ্রাহক যোগাযোগের বিষয়কে সহজেই বুঝতে পারে। আবার, অন্যান্য মাধ্যমের তুলনায় এধরণের যোগাযোগ আকর্ষণীয় বলে তথ্য গ্রাহকের স্মৃতিতে দীর্ঘ সময় পর্যন্ত স্থায়ী থাকে।

অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের সুবিধা

Advantages of Audio-visual Communication

বর্তমানে সংবাদ উপস্থাপনে অডিও- ভিজুয়াল পদ্ধতির ব্যবহার দিন দিন বাড়ছে সংবাদগ্রাহকের কাছে তার গ্রহণযোগ্যতার জন্য। নিম্নে এরূপ যোগাযোগের সুবিধা সংক্ষেপে আলোচনা করা হলো:

 ROUNDABOUT সামনে গোলাচকর	 SHARP BEND TO THE RIGHT সামনে ডানদিকে অচমকা মোড় আছে	 REVERSE BEND TO THE RIGHT সামনে ডানদিকে খঁড়ানো বাঁক আছে	 DOUBLE BEND FIRST LEFT সামনে দুটি বাঁক আছে, প্রথমটি বাঁমে
 ROAD NARROWS ON BOTH SIDES সামনে উভয়পাশ হতে বাঁক সর হচ্ছে	 ROAD NARROWS IN THE RIGHT সামনে ডানদিক হতে বাঁক সর হচ্ছে	 DUAL CARRIAGEWAY ENDS দুটি পৃথক সড়ক সামনে মিলিত হয়ে দু'পাশের একটি সড়কে পরিণত হয়েছে	 TRAFFIC SIGNALS সামনে ট্রাফিক সিগন্যাল আছে
 STEEP HILL DOWNWARDS সামনে ঢালু পাহাড় আছে	 STEEP HILL UPWARDS সামনে খঁড়ানো পাহাড় আছে	 BRIGHT LIMIT AHEAD খুবজ্বলজ্বল করে সামনে সীমিত উজ্জ্বলতা আছে (এই ক্ষেত্রে ৪.৪ মিটার)	 TWO-WAY TRAFFIC STRAIGHT AHEAD সামনে উভয়দিকে সোজাসুজি চলাচল

চিত্র ৩. ২: বাংলাদেশের ট্রাফিক সাইন

১. বার্তা বা সংবাদ অডিও- ভিজুয়াল পদ্ধতিতে উপস্থাপন করা হলে তা যেমন সহজ হয়, তেমনি তা দর্শকের নিকট সহজবোধ্যও হয়ে থাকে। তাই বিভিন্ন প্রতিবেদনে তথ্যের সংখ্যাাত্মক বর্ণনার পাশাপাশি পাঠকের সুবিধার জন্য উক্ত তথ্যাদি চার্ট বা গ্রাফের মাধ্যমে উপস্থাপন করা হয়।
২. চিত্রে বা গ্রাফে তথ্য উপস্থাপন করা হলে তথ্যের বৈশিষ্ট্য, গতি-প্রকৃতি, ভবিষ্যত প্রবণতা, তুলনা করে ইত্যাদি সম্পর্কে ধারণা গ্রহণ সহজতর হয়।
৩. অশিক্ষিত, স্বল্প শিক্ষিত বা নিরক্ষর লোকদের কোন তথ্য জানাতে তথ্যের চিত্রগত উপস্থাপন খুবই কার্যকর। যেমন- চিত্র নং ৩. ২ থেকে বাংলাদেশে প্রচলিত ট্রাফিক সাইন দেখে যে কোনো ব্যক্তি সহজে বুঝতে পারবে।
৪. চিত্র বা গ্রাফে তথ্যমালা উপস্থাপন করা হলে নির্বাহীগণ সহজে তথ্যের প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ দাঁড় করতে পারেন এবং তার উপর ভিত্তি করে যে কোন সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে সক্ষম হন।
৫. লিখিত বা মৌখিক বক্তব্যের সার বস্তু যদি অডিও- ভিজুয়াল কোনো উপায়; যেমন-চিত্র, গ্রাফ, টেবিল, ভিডিও ক্লিপস ইত্যাদিতে উপস্থাপন করা যায় তবে ঐ লিখিত বা মৌখিক যোগাযোগের আকর্ষণীয়তা বৃদ্ধি পায়, তেমনি তার কার্যকারিতা ও বোধগম্যতার মাত্রাও বাড়ে।

অডিও- ভিজুয়াল পদ্ধতির যোগাযোগের সীমাবদ্ধতা

Limitations of Audio-visual Communication

অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের অনেকগুলো সুবিধা থাকলেও সর্বক্ষেত্রে তা ব্যবহার্য নয়। এর কিছু সীমাবদ্ধতা এক্ষেত্রে বাধা হয়ে দাঁড়ায়। নিম্নে এরূপ অসুবিধাসমূহ তুলে ধরা হলো:

১. অডিও- ভিজুয়াল উপায়ে সংবাদ উপস্থাপন সাধারণভাবে গ্রাহকদের নিকট সহজবোধ্য হলেও অনেক ক্ষেত্রে তা দূর্বোধ্য হয়ে থাকে। যেমন-ডায়াগ্রাম, গ্রাফ বা চার্টে উপস্থাপিত সংবাদ উপলব্ধি করতে হলে বার্তা গ্রাহকদের ডায়াগ্রাম, গ্রাফ বা চার্টের ব্যবহার কৌশল জানা থাকা প্রয়োজন। তা নাহলে গ্রাহকদের নিকট দূর্বোধ্য মনে হতে পারে।
২. সাধারণত লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগ বার্তাকে আকর্ষণীয় ও কার্যকর করে তোলার জন্য অডিও- ভিজুয়াল বিভিন্ন উপায় ব্যবহৃত হয়। এভাবে বাচনিক যোগাযোগের পাশাপাশি অডিও- ভিজুয়াল কৌশলে বার্তা উপস্থাপনে অতিরিক্ত ব্যয় সংঘটিত হয়।
৩. অডিও- ভিজুয়াল উপায়ে বার্তা উপস্থাপনে টেবিল, চার্ট, গ্রাফ, ডায়াগ্রাম, সাউন্ড ইফেক্ট প্রয়োগ ইত্যাদি ব্যবহার হয় দৃশ্যমান এরূপ কৌশল অংকন ও উপস্থাপনে বিশেষজ্ঞ জ্ঞানের প্রয়োগ আবশ্যিক না হলে বার্তার যথার্থ দৃশ্যমান উপস্থাপন সম্ভব হয় না।
৪. এ উপায়ে বার্তা উপস্থাপন সুবিধাজনক ও সহজবোধ্য হলেও সব ধরনের বার্তা এভাবে উপস্থাপন করা যায় না। গুণবাচক বা বর্ণনামূলক বিভিন্ন তথ্য; যেমন-কোম্পানির নীতি, পলিসি, নির্বাহীদের নির্দেশনা, আদেশ ইত্যাদি এর মাধ্যমে তুলে ধরা সম্ভব নয়।
৫. অডিও- ভিজুয়াল উপায়ে তথ্য অতি সংক্ষিপ্ত উপায়ে উপস্থাপন করা হয়। ফলে পরবর্তীতে এরূপ তথ্যের ব্যাখ্যা, বিশ্লেষণ, পরীক্ষা, নিরীক্ষা ইত্যাদি প্রয়োজন হলে তা অনেক সময়ই সম্ভব হয় না। ফলে সিদ্ধান্ত গ্রহণ বাধাগ্রস্ত হয়ে পড়ে।



সারসংক্ষেপ:

বার্তা প্রেরক ও বার্তা গ্রাহকের মধ্যে শব্দের ব্যবহার ব্যতীত অডিও- ভিজুয়াল কোন উপায়ে যোগাযোগ সংঘটিত হলে তাকে অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগ বলে। বার্তা বা সংবাদ অডিও- ভিজুয়াল কোন উপায়ে উপস্থাপন করা হলে তার উপস্থাপন যেমন সহজ হয়, তেমনি তা পাঠকের নিকট সহজবোধ্যও হয়ে থাকে। বর্ণনামূলক উপস্থাপন অপেক্ষা চিত্র বা গ্রাফের মাধ্যমে উপস্থাপন অধিক কার্যকরী ও সুবিধাজনক। এর কিছু সীমাবদ্ধতা এক্ষেত্রে বাধা হয়ে দাঁড়ায়। সেগুলো হলো অডিও- ভিজুয়াল উপায়ে সংবাদ উপস্থাপন সাধারণভাবে গ্রাহকদের নিকট সহজবোধ্য হলেও অনেক ক্ষেত্রে তা দূর্বোধ্য হয়ে থাকে। অতিরিক্ত ব্যয় সংঘটিত হয়। অডিও- ভিজুয়াল কৌশল অংকন ও উপস্থাপনে বিশেষজ্ঞ জ্ঞানের প্রয়োগ আবশ্যিক।

অডিও- ভিজুয়াল উপস্থাপনার পদ্ধতিসমূহ

Methods of Audio-Visual Presentation



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি-

- অডিও- ভিজুয়াল উপস্থাপনের পদ্ধতিসমূহ ও এর ব্যবহার সম্পর্কে ধারণা করতে পারবেন।

অডিও- ভিজুয়াল উপস্থাপন

Audio-Visual Presentation

অডিও-ভিজুয়াল যোগাযোগের মাধ্যমে ব্যাপক পরিসরে যোগাযোগ করা সম্ভব হয়। এটি আকর্ষণীয় একটি যোগাযোগ মাধ্যম। পরিসংখ্যান এবং তথ্য সম্পর্কে বিস্তারিত জানাতে লিখিত যোগাযোগ ব্যবহার করা হয়। এমনকি মুখোমুখি উপস্থাপনাগুলি উপস্থাপন করার সময়, আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে, আবার ব্যবস্থাপনা সভার জন্য প্রতিবেদন তৈরি করার সময় অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ ব্যবহার করা যায়।

অডিও- ভিজুয়াল উপস্থাপনের পদ্ধতিসমূহ

Methods of Audio-Visual Presentation

অডিও-ভিজুয়াল যোগাযোগে তথ্য উপস্থাপনে বিভিন্ন ধরনের কলাকৌশল বা পদ্ধতি ব্যবহৃত হয়ে থাকে। নিম্নে তা বর্ণনা করা হলো:

১. সারণী (Table): সংগৃহীত তথ্যাবলিকে তাদের প্রকৃতি অনুযায়ী সহজ-সরল ভাবে সুবিন্যস্ত যে ছকে উপস্থাপন করা হয় তাকে সারণী বা টেবিল বলে। টেবিলের বিভিন্ন কলাম ও সারিতে সংগৃহীত তথ্যমালাকে বিজ্ঞানসম্মত উপায়ে উপস্থাপন করা হয়; পাশের চিত্রটি দেখুন।

ক্রমিক নং	বাজারে ফলের গড় মূল্য	মূল্য (কেজি প্রতি)	
		২০০৬	২০০৭
১	আপেল	১২০.০০	১৫০.০০
২	কমলা	২৫০.০০	২৮০.০০
৩	পেয়ারা	১০০.০০	১২০.০০

চিত্র: সারণী বা টেবিল (নমুনা)

২. রূপরেখা চিত্র (Outline Chart): সাধারণত কোন লিখিত বা মৌখিক বক্তব্যের মূল বিষয়সমূহে বিবৃতিকে রূপরেখা চিত্র বলে। এর মাধ্যমে বক্তব্যের মূল বিষয়সমূহ সম্পর্কে ধারণা নেওয়া যায়। পাশের চিত্রটি দেখুন।

আনুষ্ঠানিক প্রতিবেদন:

ক) বিধিবদ্ধ প্রতিবেদন:

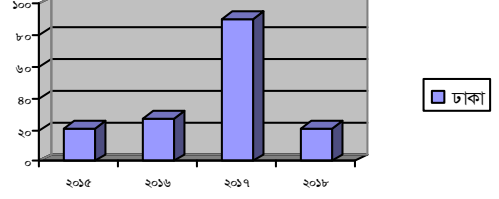
১. বিধিবদ্ধ সভায় উপস্থাপিত প্রতিবেদন,
২. পরিচালক মণ্ডলীর প্রতিবেদন,

খ) অবিধিবদ্ধ প্রতিবেদন:

১. বিক্রয় প্রতিবেদন
২. কারখানার পরিকল্পনার প্রতিবেদন

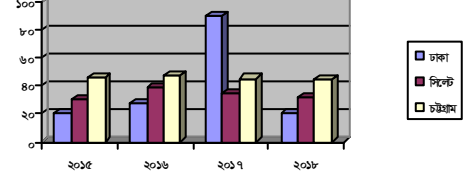
চিত্র: রূপরেখা চিত্র (নমুনা)

৩. সাধারণ বার চিত্র (Simple Bar Chart): সাধারণ বার চিত্র বলতে যে বার চিত্রের মাধ্যমে বারের দৈর্ঘ্যের হ্রাস-বৃদ্ধি সংখ্যাাত্মক তথ্যের আনুপাতিক পার্থক্য দেখানোকে বুঝায়। পাশের চিত্রটি দেখুন।



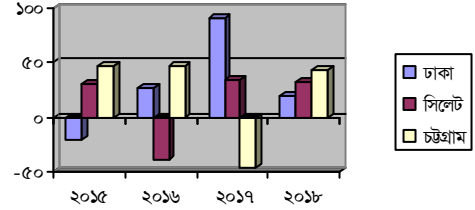
চিত্র: সাধারণ বার চিত্র (নমুনা)

৪. বহুবিধ বার চিত্র (Multiple Bar Chart): যে বার চিত্রে দুই বা তিনটি চলকের সংগৃহীত সংখ্যাাত্মক তথ্যমালা গায়ে গায়ে লাগানো সংশ্লিষ্ট বারসমূহের মাধ্যমে একই সাথে প্রকাশ করা হয় তাকে বহুবিধ বার চিত্র বলে। পাশের চিত্রটি দেখুন।



চিত্র: বহুবিধ বার চিত্র (নমুনা)

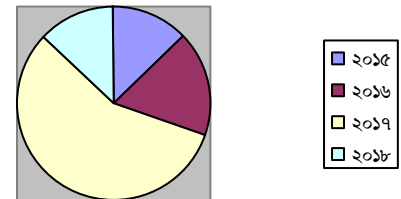
৫. বহুমাত্রিক বার চিত্র (Bilateral Bar Chart): বহুমাত্রিক বার চিত্রের মাধ্যমে চলকের ধনাত্মক ও ঋণাত্মক মানসমূহ একই সাথে একটি বার চিত্রে প্রদর্শন করা হয়। এ চিত্রে চলকের মান ধনাত্মক হলে সংশ্লিষ্ট বারটি OX অক্ষের উপরের দিকে সুনির্দিষ্ট স্কেল অনুযায়ী এবং চলকের ঋণাত্মক মানের ক্ষেত্রে সংশ্লিষ্ট দণ্ডটি OX অক্ষের নিচের দিকে স্কেল অনুযায়ী দেখানো হয়। পাশের চিত্রটি দেখুন।



চিত্র: বহুমাত্রিক বার চিত্র (নমুনা)

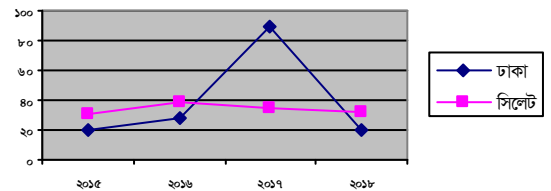
৬. বহু অংশে বিভক্ত বার চিত্র (Subdivided Bar Chart): যে দণ্ড চিত্রে প্রতিটি বারকে আনুপাতিক বিভিন্ন অংশে বিভক্ত করে তাতে চলকের বিভিন্ন সংশ্লিষ্ট অংশের মান প্রদর্শন করা হয় তাকে বহু অংশে বিভক্ত বার চিত্র বলে।

৭. পাই চার্ট (Pie Chart): যখন একটি বৃত্তকে কোন তথ্যমালার বিভিন্ন অংশের সমানুপাতে বিভক্ত করে ঐ বৃত্তের বিভিন্ন অংশে তথ্যমালার সংশ্লিষ্ট অংশসমূহ দেখানো হয় তখন তাকে চার্ট বলে। পাই চার্টে পূর্ণ বৃত্তটির ক্ষেত্রফল তথ্য রাশির পূর্ণ মানের সমান এবং কয়েকটি ব্যাসার্ধের দ্বারা পূর্ণ বৃত্তটিকে এমন কয়েকটি বৃত্তাংশে বিভক্ত করা হয় যাতে প্রতিটি বৃত্তাংশের ক্ষেত্রফল রাশি তথ্যের সংশ্লিষ্ট অংশটির সমানুপাতিক হয়। পাশের চিত্রটি দেখুন।



চিত্র: পাই চার্ট (নমুনা)

৮. রেখাচিত্র (Line Chart): কোন তথ্যমালার বিভিন্ন মান যখন রেখার মাধ্যমে প্রকাশ করা হয় তখন তাকে রেখাচিত্র বলে। সাধারণত রাশি তথ্যমালা সময়ের ভিত্তিতে সংগৃহীত হলে তবে তা সে সময়ের সাপেক্ষে লেখ কাগজে রেখার মাধ্যমে উপস্থাপন করা হয়। একটি রেখাচিত্রে দুই বা ততোধিক তথ্যমালাও



চিত্র: রেখাচিত্র (নমুনা)

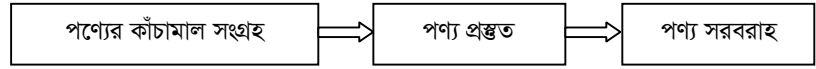
উপস্থাপন করা যায়। এতে ঐ তথ্যমালাসমূহের মধ্যে তুলনাকরণ সহজতর হয়। পাশের চিত্রটি দেখুন।

৯. ছবি ও মানচিত্র (Picture and Map): বিভিন্ন ছবি বা মানচিত্র দিয়ে বিভিন্নভাবে তথ্য উপস্থাপন করে প্রকাশ করা যায়। পাশের চিত্রটি দেখুন।



চিত্র: ৯. ছবি ও মানচিত্র (নমুনা)

১০. প্রবাহচিত্র (Flow chart): কোন প্রক্রিয়া বোঝানোর জন্য বা গতিধারা বোঝানোর জন্য এই ধরনের প্রবাহচিত্র ব্যবহার করা হয়। পাশের চিত্রটি দেখুন।



সারসংক্ষেপ:

অডিও-ভিজুয়াল যোগাযোগের মাধ্যমে ব্যাপক পরিসরে যোগাযোগ করা সম্ভব হয়। এটি আকর্ষণীয় একটি যোগাযোগ মাধ্যম। দৃশ্যমান উপস্থাপনের কৌশলসমূহ হিসেবে ব্যবহৃত হয় সারণী, সাধারণ বার চিত্র, বহু বার চিত্র, বহুমাত্রিক বার চিত্র, বহু অংশে বিভক্ত বার চিত্র, পাই চার্ট, রেখাচিত্র, ছবি ও মানচিত্র এবং প্রবাহচিত্র।



ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন

১. যোগাযোগের মাধ্যম বলতে কী?
২. যোগাযোগের মাধ্যমগুলো আলোচনা করুন।
৩. বাচনিক যোগাযোগ ও লিখিত যোগাযোগ কি ব্যাখ্যা করুন।
৪. লিখিত যোগাযোগ বলতে কী বুঝায়?
৫. লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমগুলো আলোচনা করুন।
৬. লিখিত যোগাযোগের সুবিধা ও অসুবিধা বর্ণনা করুন।
৭. মৌখিক যোগাযোগ বলতে কী বুঝায়?
৮. মৌখিক যোগাযোগের সুবিধাগুলো আলোচনা করুন।
৯. মৌখিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো ব্যাখ্যা করুন।
১০. অবাচনিক যোগাযোগ বলতে কি বুঝায়?
১১. অবাচনিক যোগাযোগের সুবিধাগুলো আলোচনা করুন।
১২. অবাচনিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো ব্যাখ্যা করুন।
১৩. অবাচনিক যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ বর্ণনা করুন।
১৪. বাচনিক ও অবাচনিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য বর্ণনা করুন।
১৫. দৃশ্যমান যোগাযোগ বলতে কী বুঝায়?
১৬. দৃশ্যমান যোগাযোগের সুবিধাগুলো আলোচনা করুন।
১৭. দৃশ্যমান যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো ব্যাখ্যা করুন।
১৮. দৃশ্যমান যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ বর্ণনা করুন।
১৯. অডিও- ভিজুয়াল যোগাযোগ কী?
২০. মৌখিক যোগাযোগে বক্তাকে সুস্পষ্ট উচ্চারণ ও বক্তব্য উপস্থাপনে পারদর্শী হতে হয়- ব্যাখ্যা করুন।
২১. অডিও- ভিজুয়াল উপস্থাপনের বিভিন্ন মাধ্যমসমূহ আলোচনা করুন।

রেফারেন্স বইসমূহ

- Zahed Mannan, Business Communication, University Grants Commission of Bangladesh.
- Raymon V. Lesikar, John D. Pettit, Jr., Marie E. Flatley, Lesikar's, Basic Business Communication (Iwin & McGraw-Hill).
- Rajendra Pal & J.S. Korlahalli, Essentials of Business Communication, Sultan Chand Sons.